97-84020-26

Behrmann, H.

Die organisierung der hotel-drucksachen

München

1912

97-84020-26
MASTER NEGATIVE #

COLUMBIA UNIVERSITY LIBRARIES
PRESERVATION DIVISION

BIBLIOGRAPHIC MICROFORM TARGET

ORIGINAL MATERIAL AS FILMED - EXISTING BIBLIOGRAPHIC RECORD

308
Z
Box 59

Behrmann, H

Die organisierung der hotel-drucksachen. I. Die grundlagen für die ausarbeitung von prospekten für gasthöfe und fremdenheime; von H. Behrmann ... und K. W. Bührer ... München, Die Brücke, 1912.

16 p. 23 cm.

32021

ONLY ED

RESTRICTIONS ON USE: *Reproductions may not be made without permission from Columbia University Libraries.*

TECHNICAL MICROFORM DATA

FILM SIZE: 35mm REDUCTION RATIO: 12:1 IMAGE PLACEMENT: IA (IIA) IB IIB

DATE FILMED: 2-10-97 INITIALS: PB

TRACKING # : 21389

FILMED BY PRESERVATION RESOURCES, BETHLEHEM, PA.

DIE ORGANISIERUNG DER HOTEL-DRUCKSACHEN

I.

DIE GRUNDLAGEN FÜR DIE AUSARBEITUNG VON PROSPEKTEN FÜR GASTHÖFE UND FREMDENHEIME

308
Z
Box 57

VON

H. BEHRMANN

DIREKTOR DES OFFIZIELLEN VERKEHRS-BUREAUS IN BERN

UND

K. W. BÜHRER

II. VORSITZENDER DER BRÜCKE

DIE BRÜCKE / MÜNCHEN / 1912

FÜR DEN BUCHHANDEL FR. SEYBOLD'S BUCHHANDLUNG / ANSBACH

Alle Rechte, insbesondere das
der Übersetzung, vorbehalten

INHALTS-VERZEICHNIS

	Seite
Vorwort	3
A. Inhalt und Form der Geschäftsempfehlung	5
I. Die Angaben des Prospektes	5
II. Die Form des Prospektes	7
Tabelle der Weltformate	8
B. Übersicht über die Angaben, die bei Zusammenstellung eines Hotel-Prospektes zu berücksichtigen sind	9
I. Das Haus	9
II. Die Einrichtung	10
III. Küche und Keller	12
IV. Preise	13
V. Verschiedenes und allgemeines	15

ZUR GEFL. BEACHTUNG!

Berichtigungen, Ergänzungen, Anregungen und Vorschläge zu Verbesserungen wolle man möglichst sachlich, kurz, schnell und unpersönlich richten an: „Brücke, München"

VORWORT

Die Brücke bezweckt überall, wo es erwünscht ist, mittels Organisierung die aufzuwendende Energie auf ein Mindestmaß zu beschränken und den Ertrag der aufgewendeten Energie möglichst hoch zu gestalten. Auf zahllosen Gebieten muss nun infolge des Mangels einer Organisierung ein und dieselbe Arbeit immer und immer wieder verrichtet werden, ohne daß dabei das Ergebnis erzielt würde, das durch die verhältnismäßig geringe Mühe einer einmaligen Organisierung ohne weiteren Arbeitsaufwand für immer erreicht werden könnte.

Die Organisierung einer bestimmten Arbeit wird also damit beginnen müssen, ein für allemal die Grundlage für diese Arbeit festzusetzen. Diese erscheint als ein *Verzeichnis*, in dem alles zusammengestellt ist, was in Betracht gezogen werden muß bei der Entscheidung, auf was es ankommt.

Diese Grundlagen machen dann alle Wiederholung der zeitraubenden und doch an sich unfruchtbaren Vorarbeit des Sammelns (von Einrichtungen, Gegenständen, Schriften, Bildern, Gedanken) unnötig. Dabei wird durch das Vorhandensein der Grundlagen trotz der mit ihrer Hilfe bewirkten Energieersparnis ein besseres Güteverhältnis erzielt werden, als durch das frühere systemlose und energieverschlingende Arbeiten.

Werden diese Verzeichnisse nun nach und nach durch die Verbesserungen und Ergänzungen vervollständigt, wie sie im Laufe der Zeit hervorgebracht werden, so sind sie dauernd benützbar, und ist für den Einzelnen die Zeit zu schöpferischem Wirken, wie es zum Teil aus der Verarbeitung des Verzeichnisses entspringt, gewonnen; denn er braucht nun seine Zeit nicht mehr an Dinge zu verschwenden, die schon längst gefunden sind.

Die Brücke wird allmählich — in der Reihenfolge des Bedürfnisses, wie es sich aus den an sie gelangenden Anregungen ergibt, und zwar in der Weise, daß ihr kein Gebiet des wissenschaftlichen und praktischen Lebens als zu unbedeutend erscheint, sobald ein Bedürfnis dafür vorhanden ist — derartige Verzeichnisse aus allen Gebieten der geistigen Arbeit herausgeben: in ihnen wird die Erfahrung zahlreicher Einzelmenschen gesammelt und durch sie soll sie für die Zukunft nutzbar gemacht werden.

Die theoretischen Grundsätze für die Herausgabe dieser Verzeichnisse werden den Gegenstand einer besonderen Veröffentlichung der Brücke bilden. Inzwischen kann die vorliegende Schrift, die gleichzeitig auch die Ausdehnung des Begriffes der geistigen Arbeit und die Notwendigkeit der Organisierung besonders in der Praxis vor Augen führt, als Anwendung der Theorie gelten. Denn in all diesen Fällen ist das gleiche Prinzip wirksam, und man braucht nur die hier angeführten Ideen auf irgend ein anderes Gebiet (Prospekte anderer Art, dann auch z. B. Anfertigung von Vereinssatzungen, Abfassung von künstlerischen Wettbewerben, schließlich überhaupt alle Arten von Organisierungen) zu übertragen, um sich von der Notwendigkeit, Nützlichkeit und Bedeutung des Prinzips, das dieser Schrift zu Grunde liegt, zu überzeugen.

München, Schwindstraße Nr. 30, im März 1912

DIE BRÜCKE

INTERNATIONALES INSTITUT ZUR ORGANISIERUNG DER GEISTIGEN ARBEIT

Prof. Dr. Wilhelm Ostwald, erster Vorsitzender

K. W. Bührer, zweiter Vorsitzender

Dr. Adolf Saager, General-Sekretär

Adresse der Brücke:

Brücke, München.

H. BEHRMANN UND K. W. BÜHRER

DIE ORGANISIERUNG DER HOTEL-DRUCKSACHEN

A. INHALT UND FORM DER GESCHÄFTS-EMPFEHLUNG

I. DIE ANGABEN DES PROSPEKTES

Der Gasthofbesitzer, der daran geht, einen Prospekt über sein Haus aufzusetzen, begibt sich in gewissem Sinne damit auf ein Gebiet, auf dem er nicht von vorneherein diejenige Erfahrung besitzt, die ihm in seinem eigenen Fache selbstverständlich ist.

Er wird versuchen, zunächst alle Angaben zu sammeln, die für seine Gäste von Interesse sein können. Denn er weiß, daß es bei seinem Prospekt vor allem *darauf ankommen wird, genaue und erschöpfende Angaben zu machen,* um den Leser zum *Besuche* zu veranlassen. Aber niemand weiß aus Erfahrung besser, als er, wie mannigfach die Fragen sind, die über sein Haus gestellt zu werden pflegen. Daher erwächst ihm aus der Zusammenstellung all der möglichen Angaben eine sehr umständliche und langwierige Arbeit, die sich durch nichts von der Arbeit derjenigen unterscheidet, welche früher schon vor die gleiche Aufgabe gestellt waren. Aus diesem Grunde verfällt er von selbst darauf, das Ergebnis der Arbeit anderer zu benützen und sich nach ihren Prospekten einen eigenen zusammenzustellen. Aber auch diese Arbeit ist nicht einfach und kostet jeden Einzelnen immer wieder eine Menge Zeit und Geld, die er für seinen eigentlichen Beruf besser verwenden könnte.

In der vorliegenden Zusammenstellung ist nun die ganze Arbeit systematisch von einer Zentralstelle erledigt. Ihre Angaben sind aus einer Unzahl von Prospekten gesammelt und von verschiedenen Bearbeitern ergänzt worden, also wohl vollständiger als jedes Verzeichnis, das ein Einzelner trotz großer Bemühungen anfertigen könnte. Aus ihr kann der Gasthofbesitzer ohne Vorarbeit einfach alle diejenigen Punkte entnehmen, die im einzelnen bei der Abfassung seines Prospektes in Betracht kommen, ohne dabei befürchten zu müssen, daß er eine irgendwie wichtige Angabe vergessen könnte.

Der erste Vorteil, den die Benützung des Verzeichnisses gewährt, liegt also darin, daß es dem Gasthofbesitzer eine lästige Zeit- und Geld-, also

Energievergeudung abnimmt und ihm trotzdem behilflich ist, seine Geschäftsempfehlung mit genaueren und erschöpfenderen Angaben auszustatten, als es ohne dieses Verzeichnis möglich wäre.

Damit ist indes die Aufgabe des Verzeichnisses nicht erschöpft. Seine Angaben veranschaulichen dem Leser ein mit allen erdenklichen Vorzügen und Bequemlichkeiten eingerichtetes Idealhaus; sie werden daher den Gasthofbesitzer ganz von selbst zu Verbesserungen in seinem Betriebe anregen, die sehr oft nur deshalb nicht schon durchgeführt wurden, weil man nicht daran gedacht hatte.

Aus diesen Gründen liegt es im eigenen Interesse der Gasthofbesitzer, daß der Fragebogen möglichst vollständig sei. Diese Vollständigkeit ist in natürlicher Weise durch die menschliche Unzulänglichkeit der Bearbeiter, wie auch durch den ständigen Wechsel der Verhältnisse begrenzt. Die „Brücke" betrachtet daher die Lösung ihrer Aufgabe mit dieser ersten Auflage erst als begonnen. Was an fruchtbaren Gedanken im Verkehr zwischen Gast und Hotelier, zwischen Gast und Reiseverleger entwickelt wird, aber bisher nur Einzelnen bekannt gemacht wurde, wird sie allen Interessenten zugänglich machen. Sie rechnet damit, daß ihr aus den Kreisen der Gasthofbesitzer wie der Reisenden Anregungen aller Art übermittelt werden, die sie dann in späteren Auflagen der Schrift verarbeiten wird. So wird das fortgesetzt durch die Mitwirkung der Allgemeinheit sich ergänzende Verzeichnis seine zweite Aufgabe erfüllen können: jeden einzelnen mit den Fortschritten auf diesem Gebiete bekannt zu machen und ein ständiger stiller Mahner zum Fortschritt zu sein.

Auch einen dritten Vorteil wird dieses Verzeichnis herbeiführen: den sehr oft noch marktschreierischen Charakter des heutigen Prospektes zu veredeln und die darin enthaltenen Anpreisungen in ausdruckslosem Superlativstil durch genaue und anschauliche Sachlichkeit der Angaben zu ersetzen. Es wird dadurch den Forderungen der Zeit nach Ausdruckskultur (Avenarius) Rechnung getragen, die Geschäftsmoral auf ein höheres Niveau erhoben und die bisher nicht ganz mit Unrecht verachtete Geschäftsempfehlung auf die Höhe eines Kulturdokumentes gerückt. Alle diese Folgen sind im Grunde genommen berechtigte Voraussetzungen für einen guten Hotelprospekt, dem die Aufgabe zufällt, einem Fremden eine genaue Vorstellung des Hauses zu vermitteln, dessen Gast er werden soll.

II. DIE FORM DES PROSPEKTES

Daß die Form eines Prospektes nicht weniger wichtig ist als sein Inhalt, hat man längst erkannt, und darum bemühen sich auch die Herausgeber, durch die Ausstattung ihrer Drucksachen auf ihre Leser einzuwirken. Bei der formalen Ausgestaltung der Prospekte *kommt es darauf an*, den Empfänger zum *Lesen* und zum *Aufbewahren der Drucksache* zu veranlassen. Dies wird durch die Berücksichtigung einer Reihe von allgemeinen Grundsätzen erreicht, die nicht bloß für Hotelprospekte, sondern überhaupt für alle Arten von Geschäftsempfehlungen maßgebend sind und die folgenden Punkte betreffen (vergl. Veröffentlichung Nr. 21 der Brücke):

1. Die *Anordnung des Textes* soll übersichtlich sein und wird zweckmäßigerweise durch ein Inhaltsverzeichnis unterstützt. Deutlich lesbarer *Druck* ist wichtig, also die Verwendung allzu kleiner und auch allzu vieler verschiedener Schriftgrade zu unterlassen.
2. Die *Sprache* sei sachlich, einfach und ausdrucksvoll; sie braucht darum nicht nüchtern zu sein und erhält mit Vorteil eine persönliche Färbung, die freilich nicht gegen die Grundsätze der Sprachgesetze und des Geschmacks verstoßen darf.*)
3. Der Text wird mit Vorteil durch *Bilder* unterstützt: entweder durch photographische Aufnahmen, die den Vorzug dokumentarischer Treue haben, aber künstlerischen Geschmack erfordern (vor allem das Charakteristische geben und bildmäßig wirken müssen), oder Zeichnungen, aber dann nur solche wirklich künstlerischer Art. Vorteilhaft ist es auch, allen Drucksachen des Hauses eine charakteristische *Bildmarke* (etwa ein Monogramm, ein heraldisches Zeichen, ein Symbol oder eine Ansicht) zu geben; doch muß sie künstlerischer Art sein, wenn sie ihren Zweck erfüllen soll.*)
4. Als *Format* des Prospektes wähle man für jeden einzelnen Fall eines der Weltformate,**) besonders das Taschenformat VIII (11,3 zu 16 cm). Dadurch werden alle Hotelprospekte in Bälde zusammenpassen, und entgehen dann der Gefahr, durch ihr Format die Aufbewahrung zu erschweren. Es wird Sache der Hotelier- und Verkehrsvereine sein, durch die offizielle Annahme der Weltformate sich in den Genuß der daraus entspringenden Vorteile zu setzen.**)

---

*) Die Adressen von geeigneten Schriftstellern und Künstlern verschiedener Nationalität vermittelt kostenlos die „Brücke", München, die — wie hier bemerkt sei — international ist und als öffentliches Institut **keinerlei** Erwerbszwecke verfolgt.

) Vergleiche dazu die Schrift der Brücke Nr. 10: Wilhelm Ostwald **„Die Weltformate", Preis M. 0.30. — Wer schon jetzt seine Drucksachen mit der Weltregistratur (wie sie auf der Rückseite dieses Schriftchens angebracht ist) versehen will, deren allgemeine Einführung die Brücke ebenfalls anstrebt, sei auf die Veröffentlichung der Brücke Nr. 18: Bührer und Saager **„Die Weltregistratur"** verwiesen, Preis M. 1. — Beide Schriften sind durch jede Buchhandlung zu beziehen.

Diese Grundsätze sind das Ergebnis langjähriger und vielseitiger fachmännischer Erfahrungen und Überlegungen, mithin der beste Rat, der über die Form des Prospektes erteilt werden kann.

Besonders die Einhaltung der Einheitsformate, die ja keinerlei Mehrkosten verursacht, wird große Vorteile für den Herausgeber des Prospektes herbeiführen. Sein Ideal wäre, daß der Prospekt nicht nur gelesen, sondern auch aufbewahrt wird. Die Aufbewahrung der zahllosen Drucksachen, die wir heutigentags zugeschickt erhalten, wird aber erst dann möglich, wenn sie im Format zueinanderpassen.

Den Anreiz zum Aufbewahren selbst derjenigen Drucksachen, deren Inhalt uns im Augenblicke vielleicht noch gar nicht interessiert, gibt die Befolgung der anderen Grundsätze, die wir kurz angedeutet haben. Sollte sie also vielleicht auch ein wenig kostspieliger sein, als die frühere nachlässige Art der Herstellung, so werden diese Mehrkosten sich sehr bald reichlich bezahlt machen: weil erst dann die Prospekte die Beachtung des verwöhnten Publikums verdienen und daher auch finden werden.

WELTFORMATE FÜR DRUCKSACHEN

Nr.	Zentimeter	Bestimmung
I	1 × 1,41	Reklame- und Verschlußmarken u. s. w.
II	1,41 × 2	
III	2 × 2,83	
IV	2,83 × 4	
V	4 × 5,66	
VI	5,66 × 8	Flaschen- und Kofferetiketten, Adreßkarten, Gutscheine u. dergl.
VII	8 × 11,3	
VIII	11,3 × 16	Prospekte, Führer, Tischkarten, Speisefolge, Kunden- und Lieferanten-Kartothek u. dergl.
IX	16 × 22,6	Briefpapier, Speise- und Weinkarten, Programme, Wandkalender, Prospekte, Anschläge, Rechnungen, Wäschetarife u. dergl.
X	22,6 × 32	Innenplakate, Hausordnungen, Kontrollen
XI	32 × 45,3	Geschäftsbücher (Außenmaß), Maueranschläge, Fahrpläne, Landkarten, Stadtpläne u. s. w.
XII	45,3 × 64	
XIII	64 × 90,5	
XIV	90,5 × 128	

Weitere Reihen von **schmalen** Formaten erhält man durch zwei-, vier- oder achtfaches Nebeneinanderreihen der Grundformate, z. B.:

2 mal 2 : 1,41 = 1,41 : 4 cm 2 mal 4 : 1,41 = 1,41 : 8 cm
2 mal 8 : 1,41 = 1,41 : 16 cm

B. ÜBERSICHT ÜBER DIE ANGABEN, DIE BEI ZUSAMMENSTELLUNG EINES HOTEL-PROSPEKTES ZU BERÜCKSICHTIGEN SIND

I. DAS HAUS

1. Name
2. Ort
   - Land
   - Provinz, Kanton
   - Eisenbahnstation
   - Poststation
   - Dampfschiffstation
3. Straße und Hausnummer
4. Telegramm-Adresse
   - Internationaler Hotel-Telegraphenschlüssel für Zimmerbestellungen
     - im Gebrauch
     - beiliegend
5. Telephon-Nummer
6. Man spricht
   - Landessprachen
   - Weltsprachen
7. Lage
   - Meereshöhe
   - im Verkehrsmittelpunkt
   - im Geschäftsviertel
   - im Villenviertel
   - in ruhiger Straße
   - Nähe von Bahnhof
     - Akademie
     - Theater
     - Sehenswürdigkeiten u. s. w.
       - welchen?
8. Besitzer
9. Leiter, Geschäftsführer
   - Ist der Besitzer selbst Leiter?
10. Zufahrt
    - zum Ort, Bahnlinien, Dampferlinie
    - zum Haus, Straßenbahn
      - Post
      - Fuhrwerk
11. Am Bahnhof
    - Hausdiener
    - Omnibus
    - Fuhrwerk
    - Automobil
    - Gepäckbeförderung
      - besondere Vorschriften
12. Ausgangspunkt für
    - Ausflüge
    - Bergtouren
    - Wanderungen
    - Radfahrten
    - Automobilfahrten
      - wohin?
    - (Nähe von) Wald
      - Fluß, See, Meer
      - Bergstraße
      - Sportplätzen
13. Rang
    - Luxushotel
    - Ersten Ranges
    - Zweiten Ranges
    - Nähere Bezeichnung
      - Kurhaus
      - Badhotel
      - Familienpension
      - einfache Familienpension
      - Haus für Touristen
        - Passanten
        - Geschäftsreisende
        - Familien
    - geeignet
      - zur Sommerfrische
      - für längeren Kuraufenthalt
    - bevorzugt von
      - Adelskreisen
      - Bürgerkreisen
      - Offizierskreisen
    - Haus für Kranke
      - welcher Art?
    - Kranke welcher Art werden nicht aufgenommen?
14. Saison
    - geöffnet von / bis
15. Größe
    - Zimmerzahl
    - Bettenzahl

16. Kennzeichnung des Baues

Neubau
renoviert
großer Prachtbau
Stilart
Châletstil
heimatlicher Stil (welcher?)
Historisches Gebäude (Daten)
Dependenzen
Gartenhäuser (möbl., unmöbl.)

17. Schutz vor

Lärm (Grammophon)
Staub
Rauch
Wind
Nebel
Empfohlen vom Verein
gegen Staubplage
gegen Rauchplage
Antilärmverband

II. DIE EINRICHTUNG

1. Zimmer

einbettig
zweibettig
mehrbettig
mit Bad
mit Bad und Toilette
für Musterausstellungen
mit Balkon
mit Aussicht auf
nach Süden
Osten

2. Abgeschlossene Einzelwohnungen

mit Bad
mit Bad und Toilette
mit Salon, Bad und Toilette etc.

3. Kennzeichnung der Zimmer

sonnig
luftreich
hell
hygienisch

4. Badeeinrichtungen

Bäder
Wannen-, Sitz-, Fuß-Bäder
Duschen
medizinische
welche?
Seebäder im Hause (warm, kalt)
Eigene Badeanstalt
Eigene Badekarren

5. Einrichtung

reich
modern
behaglich
einfach
stilgerecht
welcher Stil?
Betten
französisch
Holzbetten
Metallbetten
Reformbetten
Wandschränke
Spiegelschränke
Diwan
Fauteuils
Bilderschmuck
welcher Art?
Lärmschutz
Doppeltüren
Sicherheitsschloß
Wasserleitung
Warmes Wasser
Normaluhr
Telephon
Weckvorrichtung

6. Beleuchtung

Gas
Acetylen
elektrisch
Leselampen
Tischlampen
ständige Beleuchtung in Gängen und Treppen

7. Sanitäre Einrichtungen

Toilette
W.C.
für Angestellte getrennt
regelmäßige Kontrolle durch Fachautoritäten

8. Aufzug (Lift)

hydraulisch
elektrisch
besonderer Warenaufzug für Gepäck

9. Ventilation

10. Heizung

Zentralheizung
Warmwasser
Dampf
Kachelöfen
eiserne Öfen
Gänge geheizt
Treppenhaus geheizt

11. Sicherheitseinrichtungen

feuersichere Treppen
Hydranten
Alarmapparate
Feuerlöscher
breite Gänge

12. Hausarzt

Name

13. Wasser

eigenes Quellwasser
Eigenschaften
Analyse

14. Wäscherei

Wäsche wird angenommen
darf nicht aus dem Hause gegeben werden

15. Räume für die Hotelgäste

Halle (Diele)
in besonderem Stil
Aussicht auf?
Einrichtung
Kaminplätze
Klubsessel
Schaukelstühle
Rohrmöbel
Liegestühle
Salon
Damenzimmer
Rauchzimmer
Salon für Nichtraucher
Schreibzimmer
Lesezimmer
Musikzimmer (Piano, Flügel)
Spielzimmer
Ruhezimmer
Ausstellungszimmer
großer Gesellschaftssaal
Festräume
Wandelhalle
Liegehalle
Hotelhof
Wintergarten
Speisesaal
mit Aussicht
Stil
Einrichtung

16. Restaurant

Hotelrestaurant
öffentliches Restaurant
Café
Gartenwirtschaft
American Bar

17. Garten oder Park

Waldwege, Schattenplätze
Kinderspielplatz, Ruhebänke
See, Weiher
Springbrunnen, Grotten
Eigener kleiner Tiergarten

18. Unterhaltungen

Billard französisch
englisch
Kegelbahn
Kinderschaukel
Spielvorrichtungen

19. Bibliothek

Bücher in deutsch
französisch
italienisch
englisch
Karten
Pläne
Führer
Heimatwerke
Zeitungen, Zeitschriften
welche? wie viele?

20. Veranstaltungen

Konzerte
Tafelmusik
eigene Hauskapelle
Fünfuhr-Tee
mit Konzert
Gartenkonzert
Bälle, Maskenbälle
Theateraufführungen
Vorträge
Schaustellungen

21. Eigene Fahrzeuge

Fuhrwerk
Automobil
Schlitten
Ruderboot
Motorboot
Segelboot
Reitpferde
Maultiere
Esel

22. Dunkelkammer

mit Chemikalien u.s.w.

23. Automaten

24. Sport
eigene Plätze und Geräte für
Tennis
Golf
Croquet
Schlittschuhlaufen
Eishockey
Curling
Turnen
Schlitteln (Rodeln)
Ausleihen von Schlitten, Skiern
Rudern
Segeln

25. Auto-Garage
für ? Wagen
für Reparaturen eingerichtet
geschulte Mechaniker
Oel, Benzin
Karbid

26. Schuppen für Motorräder
Schuppen für Fahrräder
Vorrichtung zum Aufhängen der Räder
Werkzeug
Oel, Benzin
Karbid

27. Stallungen

28. Remise

29. Bureaux
Auskunftsbureau
Briefbureau
besond. Einrichtungen zur Briefabgabe
Korrespondenzbureau
Schreibmaschine, System
Diktiermaschine, System
Maschinenschreiber
Stenograph
Geldannahme
Safe
Annahme von Wertsachen
keine Garantie für andere als im Bureau abgegebene Wertsachen

30. Im Hause
Reisebureau
Schiffsagentur
Coiffeur, Coiffeuse
Manicure, Pedicure
Masseur, Masseuse
Billetagentur für
Theater
Konzerte
Museen
Postbureau
Telegraphenbureau

31. Gottesdienst
eigene Kapelle
Konfession
Sprache

32. Eigene Zucht von
Gemüse, Obst, Pilsen, Geflügel, Fischen u. s. w.

III. KÜCHE UND KELLER

1. Küche
französische
italienische
österreichische
bayerische
norddeutsche
internationale
diätetische
vegetarische
nach besonderer Vorschrift

2. Frühstück
von / bis
bestehend aus

Kaffee	mit Brot
Tee	„ Brötchen
Kakao	„ Butter
Schokolade	„ Honig
Milch	„ Confitüre
	„ Käse

auf Wunsch
Toast
Eier
Eier mit Schinken
Porridge
Fische (Forellen)

3. Mittagessen
Lunch (Gabelfrühstück)
von / bis
bestehend aus
Suppe
Zahl der Gänge
Nachtisch

4. Spezialitäten
Nationalspeisen
Lokalspeisen
welche?

eigene Konditorei
Bäckerei
Metzgerei
Gemüsezucht
Molkerei
Honig

Frühstücksmaschine
frische Bereitung des Frühstücks zu jeder Tages- und Nachtzeit

5. Getränke
Wein
besondere Marken
aus eigenen Weinbergen
welche?
Bier
in Flaschen
vom Faß
von welcher Brauerei?
Mineralwässer
alkoholfreie Getränke
Milch
Alpenmilch
aus eigener Molkerei

6. Trinkzwang
bei Tisch Wein
Wein oder Bier
aufgehoben

7. Teezeit
Nachmittagskaffee
von / bis

8. Abendessen
Diner
von / bis
bestehend aus
Suppe oder Vorspeise
Zahl der Gänge
Nachtisch

9. Bedienung
durch Kellner
Kellnerinnen
Saaltöchter
an Table d'hôte
an kleinen Tischen
in der Veranda
im Restaurant
im Zimmer

10. Die Bedienung spricht

11. Speisen nach der Karte
von / bis
im Restaurant
im Zimmer

IV. PREISE

Bemerkung: Die Preise können auch mit den Angaben unter II und III verbunden werden.

1. Zimmer
a) Während der Hochsaison von / bis
b) vor und nach der Saison von / bis
und von / bis
mit 1 Bett
2 Betten
3 Betten
Kinderbett
Vorderzimmer
Hofzimmer
Erster Stock
Weitere Stockwerke
Salon
abgeschlossene Wohnung
Zimmer mit Bad
mit Bad und Toilette

2. Mahlzeiten
a) Während der Hochsaison von / bis
b) vor und nach der Saison von / bis
und von / bis
Frühstück
Mittagessen
Lunch (Gabelfrühstück)
Nachmittagstee (Kaffee)
Abendessen
Diner

3. Die Preise schließen ein
Bedienung
Beleuchtung
Heizung

4. Pensionspreis

von / bis (Mindest- und Höchstpreis)
gilt bei mindestens fünf Tagen Aufenthalt
schließt ein
Zimmer
(Pensionspreis schließt ein)
Verpflegung
wie viel Mahlzeiten?
Bedienung
Beleuchtung
Heizung

5. Besondere Berechnung

Bäder
Wannenbad
Fußbad
Sitzbad
Dusche, kalt
warm
Seebad
Flußbad
medizinische Bäder
mit Wäsche
Wäsche extra
Heizung
Feueranmachen
Holz
Kohlen
Briketts
Beleuchtung
Kerze
Lampe
Gepäckabholung
Omnibus

6. Trinkgeld

besonders zu entlohnen sind
Portier
Hausknecht für Reinigung
Kutscher
Chauffeur
Ablösung von Trinkgeld

7. Ermäßigungen

für Familien
bei längerem Aufenthalt

8. Abzüge

werden nicht gemacht
bei vorher angekündigter Abwesenheit (Touren)
wie viel?

9. Zuschlag für

Bedienung an kleinen Tischen
im Zimmer
in der Veranda
im Restaurant
Verzicht auf Getränke
mitgebrachte Getränke
auswärts eingenommene Mahlzeiten

10. Verpflegung von Kindern

11. Verpflegung von Dienerschaft

12. Dunkelkammer

13. Auto-Garage

14. Reparaturen

15. Stallung, Remise

16. Zahlungsweise

Rechnung für Passanten
am Abend vor der Abreise
wird ausgestellt
Rechnung für Pensionsgäste
wird alle acht Tage ausgestellt
Rechnungen sind zu zahlen
im Bureau
an der Kasse
an den Oberkellner
beim Portier
nur gegen Quittung

17. Kündigungsfrist für Zimmer

Passanten
Pensionsgäste

18. Fuhrwerk

Wagen einspännig
zweispännig
pro Stunde
½ Tag
Tag
Automobil
Ruderboot
Segelboot
Schlitten
Skier

V. VERSCHIEDENES UND ALLGEMEINES

1. Referenzen

2. Allgemeine Mitteilungen über Stadt, Kurort, Gegend

Einwohnerzahl
Lage über dem Meere
Durchschnittstemperatur
Sanitäre Verhältnisse
Verkehrsverhältnisse
Wohnungsverhältnisse und Wohnungsnachweis
Bildungsanstalten und Schulen
Steuern
Handel, Industrie, Gewerbe, Kunst, Militär
Statistik, Fremdenverkehr

3. Am Orte:

Verkehrsverein
Verkehrsbureau
Verschönerungsverein
Reisebureau
Speditionsbureau
Lesesaal
Rechtsauskunftsstellen
Weitere Auskunftsstellen
(Ueberall Adressen angeben!)

4. Sehenswürdigkeiten

Kunstinstitute
Ständige Ausstellungen
Gelegentliche Ausstellungen

5. Unterhaltungen

Theater, Varieté, Zirkus u.s.w.
Geselligkeit
Festlichkeiten
Sportgelegenheiten

6. Bei Badeorten:

Name der Quellen
Temperatur der Quellen
Kurmittel
Trinkkur und Indikationen
Die Krankheitsformen
Kurärzte
Kur-, Musiktaxe
Bäderpreise

7. Bei Seebädern:

Beschaffenheit des Strandes
Herren-, Damen-, Familienbad

8. Gottesdienst

Konfession
Sprache
Zeit

9. Bibliographie des Ortes

Bücher
Führer
Prospekte
Titel
Herausgeber
Preis
Rückporto bei schriftlichen Anfragen
Wo erhältlich?

10. Winke für Ausflüge

11. Rundfahrten.

Die Beigabe eines sorgfältig ausgearbeiteten und ausgestatteten kleinen offiziellen Führers (im Weltformat!), wie sie von den Verkehrsvereinen veröffentlicht werden, erfüllt hier im allgemeinen den Zweck. Man unterschätze den Wert der Beigabe nicht; denn jede Reklame für den Ort selbst steigert den Verkehr in den Gasthöfen und umgekehrt. Es lohnt sich daher, auch in einem Privatprospekt allgemeines über den Ort zu sagen und, der Allgemeinheit dienend, das eigene Interesse zu fördern.

640.24 a	. — b	: (085) c	: — d	: — e
(∞) f	« — » g	(06) h	= 3 i	Organisierung der Hoteldrucksachen j
Pirchan, Emil, 1911.10.—. k		Publikat. Nr. 19. 16 × 22,6 l	Behrmann und Bührer m	

„Brücke," Die n	Wolf, Dr. C. & Sohn o	Preis: Mark 0.60 p
München q	München r	1912.04.30 s

Diese scheinbar verwickelte Registratur ist in Wirklichkeit leicht handzuhaben. (In diesem Falle wurde sie der Deutlichkeit halber in übertrieben großen Maßverhältnis gesetzt.) Jeder einzelne Fachmann braucht nur einige wenige Dezimalzahlen (siehe Schrift 18 der Brücke: „Welt-Registratur") zu kennen, um obiges Schema in befriedigendem Maße ausfüllen zu können; der Hotelier z. B. hat

1. in Rubrik a einzusetzen:
   640.24 Hotelwesen
2. in Rubrik f einzusetzen:
   (43) Deutschland
   (436) Oesterreich
   (494) Schweiz
3. in Rubrik i einzusetzen:
   = 2 Englisch
   = 3 Deutsch
   = 4 Französisch
   = 5 Italienisch
   = 91.7 Russisch

Bemerkung zu der oben angebrachten Registratur:

Rubrik		Obige Eintragungen bedeuten:
a	Gegenstand	} 640.24 Hotels u.s.w.
b	Gegenstand	
c	Beziehung zu	(085) Prospekte
d	Beziehung zu	— — —
e	Beziehung zu	— — —
f	Ort (örtliche Beziehung)	international ∞
g	Zeit (zeitliche Beziehung)	— — —
h	Form des Druckwerkes	(06) Veröffentlichung einer Vereinigung (Die Brücke)
i	Sprache, in der ein Werk erschienen ist	= 3 in deutscher Sprache
j	Alphabetisches Stichwort	Hoteldrucksachen, Organisierung der
k	Name des Künstlers	Pirchan, Emil
	Datum des Kunstwerkes	November 1911
l	Private Nr. des Druckwerkes	Nr. 19 der Brückenschriften
	Größe des Druckwerkes	16 × 22,6 cm
m	Name des Verfassers	Behrmann, H. und Bührer, K. W.
n	Herausgeber oder Quelle	Brücke, Die
o	Name des Druckers	Wolf, Dr. C. & Sohn
p	Preis des Druckwerkes	Mark 0.60
q	Ort des Herausgebers	München
r	Ort des Druckers	München
s	Datum der Veröffentlichung	den 31. März 1912

MSH # 21389

END OF
TITLE